



MITOS DALAM IKLAN GOFOOD X BTS: MAU PESAN APA SAJA 2

NISRINA SATIRA PRISMA



**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DIGITAL DAN MEDIA
SEKOLAH VOKASI
IPB UNIVERSITY
BOGOR
2024**

PERNYATAAN MENGENAI LAPORAN AKHIR DAN SUMBER INFORMASI SERTA PELIMPAHAN HAK CIPTA

Dengan ini saya menyatakan laporan akhir “Mitos dalam Iklan GoFood X BTS: Mau Pesan Apa Saja 2” adalah karya saya dengan arahan dari dosen pembimbing dan belum diajukan dalam bentuk apa pun kepada perguruan tinggi mana pun. Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam Daftar Pustaka di bagian akhir laporan akhir.

Dengan ini saya melimpahkan hak cipta dari karya tulis saya kepada Institut Pertanian Bogor.

Bogor, Agustus 2024

Nisrina Satira Prisma
J0301201278



RINGKASAN

NISRINA SATIRA PRISMA. Mitos dalam Iklan GoFood X BTS: Mau Pesan Apa Saja 2. *MYTHS IN GOFOOD X BTS: MAU PESAN APA SAJA 2 ADVERTISEMENT.*
Dibimbing oleh GURUH RAMDANI.

Pesan di dalam sebuah iklan seringkali tidak disampaikan secara verbal, tetapi disampaikan secara simbolis. Salah satu strategi iklan supaya produk atau jasa dibuat merasa dekat dengan audiensnya adalah dengan menciptakan mitos-mitos yang dalam realitas sesungguhnya tidaklah seperti itu. Namun, seringkali mitos ini tidak disadari sepenuhnya oleh masyarakat jika tidak menyikapinya secara kritis. Hal semacam itu terdapat juga pada iklan GoFood X BTS: Mau Pesan Apa Saja 2. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana Mitos dibangun pada iklan “GoFood X BTS: Mau Pesan Apa Saja 2,” Apa ideologi pada iklan “GoFood X BTS: Mau Pesan Apa Saja 2” dan apa tujuan dari mitos yang dibangun pada iklan “GoFood X BTS: Mau Pesan Apa Saja 2.” Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif, dan studi literatur, menggunakan pisau bedah semiotika konotasi berlanjut dari Roland Barthes yang terdiri atas konotasi, mitos, dan ideologi. Berdasarkan hasil penelitian Mitos yang dibangun dalam iklan GoFood X BTS: Mau Pesan Apa Saja 2 adalah, 1) Mitos kedekatan BTS dengan pelanggan, 2) Mitos Bintang KPOP memakan makanan khas Indonesia, 3) Mitos Pengguna GoFood diperlakukan seperti raja, 4) Mitos pengguna GoFood adalah figur yang terpercaya, 5) Mitos modernisme dan kecanggihan teknologi. Pada iklan ini pun terdapat ideologi bahwa bangsa asing dianggap lebih unggul. Tujuan dari Mitos yang dibangun pada iklan “GoFood X BTS: Mau Pesan Apa Saja 2” adalah, untuk membangun hubungan emosional antara merek dengan konsumen, dan membentuk budaya konsumerisme melalui berbagai tanda, makna, citra dan identitas yang tersebar di dalamnya dengan menggunakan anggota BTS sebagai ikon dari sifat-sifat tersebut.

Kata-kata kunci: gofood, iklan, mitos



Judul : Mitos dalam Iklan Gofood X BTS: Mau Pesan Apa Saja 2
Nama : Nisrina Satira Prisma
NIM : J0301201278

Disetujui oleh:

Dekan Sekolah Vokasi
Guruh Ramdani, S.Sn., M.Sn
NPI. 201807197509181001

Diketahui oleh:

Ketua Program Studi
Dr. Hudi Santoso, S.Sos., MP
NPI. 201807198005241001

Dekan Sekolah Vokasi
Dr. Ir. Aceng Hidayat, M.T.
NIP. 196607171992031003



Tanggal Ujian:
02 Agustus 2024

Tanggal Lulus:



PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah subhanaahu wa ta'ala atas segala karunia-Nya sehingga karya ilmiah ini berhasil diselesaikan. Tema yang dipilih dalam penelitian yang dilaksanakan sejak bulan Februari sampai bulan Maret 2024 ini ialah periklanan dengan judul “Mitosis dalam Iklan Gofood X BTS: Mau Pesan Apa Saja 2”.

Terima kasih penulis ucapkan pertama-tama kepada kedua orang tua, Ibu Siti Rosmaya, Bapak Ujang Priskandar. Ucapan Terima kasih juga penulis sampaikan kepada dosen pembimbing, Guruh Ramdani, S.Sn, M.Sn. yang telah membimbing dan banyak memberi saran, Dr. Hudi Santoso, S.Sos., MP selaku Ketua Program Studi Komunikasi Digital dan Media Sekolah Vokasi Institut Pertanian Bogor, dan Dr. Ir. Aceng Hidayat, M.T Dekan Sekolah Vokasi IPB. Terima kasih juga diucapkan kepada dosen pembimbing akademik, dosen moderator seminar dan dosen penguji luar komisi pembimbing, seluruh dosen Program Studi Komunikasi Digital dan Media Sekolah Vokasi Institut Pertanian Bogor yang telah memberikan ilmu selama penulis menempuh Pendidikan di Sekolah Vokasi Institut Pertanian Bogor, serta seluruh keluarga dan teman-teman yang telah memberikan dukungan dan doa.

Semoga karya ilmiah ini bermanfaat bagi pihak yang membutuhkan dan bagi kemajuan ilmu pengetahuan.

Bogor, Agustus 2024

Nisrina Satira Prisma



DAFTAR ISI

DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xi
I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan Penulisan	3
1.4 Manfaat	3
1.5 Ruang Lingkup	3
1.6 Tinjauan Pustaka	3
1.7 Metode dan Pendekatan Penelitian	5
1.7.1 Lokasi dan Waktu Penelitian	5
1.7.2 Metode Pengumpulan data	5
1.7.3 Pendekatan Teori	6
1.7.4 Sumber Data (korpus)	8
1.7.5 Instrumen	8
II HASIL DAN PEMBAHASAN	9
2.1 Mitos yang dibangun dari Iklan Gofood X BTS: Mau Pesan Apa Saja 2	11
2.1.1 Mitos Kedekatan BTS dengan Penggemar	12
2.1.2 Mitos Bintang KPOP Memakan Makanan Khas Indonesia	19
2.1.3 Mitos Mengenai Pengguna GoFood diperlakukan seperti Raja	23
2.1.4 Mitos Pengguna GoFood adalah Figur yang Terpercaya	26
2.1.5 Mitos Modernisme dan Kecanggihan Teknologi	30
2.2 Ideologi pada Iklan “GoFood X BTS: Mau Pesan Apa Saja 2”	38
2.3 Tujuan dari Mitos yang Dibangun pada Iklan “GoFood X BTS: Mau Pesan Apa Saja 2”	42
2.3.1 Pencitraan sebagai layanan modern	43
2.3.2 Pencitraan layanan <i>trendy</i> dan <i>stylish</i>	44
2.3.3 Membentuk citra pengalaman kuliner yang bervariasi	45
2.3.4 Membangun hubungan emosional antara merek dengan konsumen	46
III SIMPULAN DAN SARAN	47
DAFTAR PUSTAKA	49
LAMPIRAN	52
RIWAYAT HIDUP	55



DAFTAR GAMBAR

1	Logo GoFood	1
2	<i>Boyband</i> K-Pop Favorit Responden (Juni 2022)	10
3	Tirai terbuka dalam iklan	12
4	Contoh penggunaan Bahasa Indonesia pada iklan	13
5	Pengambilan gambar sudut <i>eye level</i>	18
6	Ekspresi aktor	19
7	Penyebutan nama makanan khas Indonesia dalam iklan	19
8	Penyajian makanan khas Indonesia dalam iklan	20
9	Kurir datang mengantar makanan	23
10	Ruangan dalam iklan	26
11	Sikap Taehyung memesan makanan	26
12	Penggunaan <i>smartphoen</i> dalam iklan	30
13	<i>Podcast</i> Deddy Corbuzier dengan Daggy	42